



年度中原金融理财领军人物(候选名单)



胡晓冰
交通银行河南省分行副行长

推荐理由:胡晓冰拥有近20年金融从业经验,在管理创新、营销推动、优质服务、防范风险、人才培养等方面积累了丰富的管理实践经验。他为团队创建了一个和谐、愉快的工作环境,建立起员工职业生涯规划,完善岗位激励机制,鼓励员工竞争创优,建立了一支适应市场竞争的专业化人才队伍。同时,依托交行的品牌优势、产品优势,通过创新服务模式、优化服务渠道、打造理财团队等手段,精心安排组织市场营销,特别是在储蓄存款、理财产品等各项业务营销中,个人金融业务呈现出良好的发展势头,并在系统内名列前茅。



荆皓
广发银行郑州分行副行长

推荐理由:在荆皓的带领下,广发银行郑州分行零售业务在客户服务、人才培养、产品销售等多个方面取得了突出成就。个金业务在该行发展中的贡献度不断增长,占比持续提高。信用卡业务贡献度持续提升,2015年前10个月累计发卡量突破291万张,实现收入14.6亿元。积极推动业务战略转型,大力发展为小微企业量身定制的“生意人卡”贷款业务以及安全快捷的网络金融服务,继续提高个人客户经理业务素质和服务水平,建立专职营销团队。目前,广发银行郑州分行信用卡、电子银行、生意人卡业务指标完成率在广发系统排名前列,分行个金业务发展势头良好。



路平
中信银行郑州分行副行长

推荐理由:任职期间,路平带领中信银行郑州分行零售条线积极践行零售二次转型战略,使零售业务各项指标排名系统内、市场同业前列;带领分行零售团队将“客户”提升到零售银行核心竞争力的战略高度,通过分类经营、创新产品、多维交叉营销,满足客户个性化的一揽子金融需求;指导零售条线始终坚持以客户为中心,竭力打造“中信服务,天天进步”服务品牌,将服务质量提升作为客户经营的首要工作;在个人能力提升方面,路平积极进取,坚持学习,使自己在管理实践中对宏观经济形势有前瞻性、可预见性,带领团队实现零售业务持续快速发展。

排名不分先后

长城人寿重塑企业文化理念,构建竞争软实力 谋求突破与超越

提升企业文化软实力

如果将企业比作大树,文化就是大树的根,根深才能叶茂。长城人寿要实现做大做强,除了增强人才、资金、技术等硬实力以外,关键还在于提升文化方面的软实力,这是公司管理团队的共识。

长城人寿自成立以来,建立了独具特色的企业文化体系,并不遗余力地持续进行企业文化建设,以党建带动团建,以党建带动工建。定期举办书画大赛、征文比赛、歌咏比赛等各种形式的企业文化活动,增强了员工归属感,产生了强大的凝聚力,促进了业务快速发展和效益提升。10年间,长城人寿总规模保费持续增加。业内人士认为,此次文化重塑是长城人寿在新的市场环境下审时度势,主动探索自我超越和转型变革之路的真实写照。

十年栉风沐雨,长城人寿走过了艰苦创业的阶段,顺利步入新一轮高速成长期。新“国十条”颁布、投资渠道放宽、费率市场化启动和“偿二代”监管体系建立,都为保险业快速发展创造了难得的历史机遇。与此同时,互联网、大数据、移动终端等一系列新技术应用快速改变着市场环境和消费习惯,新的竞争主体不断涌现,构成新的挑战。

在此大变革时代,“我们需要引入新的理念,形成新的机制,需要进一步激发广大干部职工开放、创新、竞争的精神和百折不挠、勇往直前的斗志。这也正是我们进行企业文化重塑的根本原因。”长城人寿企业文化工作组负责人表示。

2015年9月,长城人寿迎来第10个生日。随着新版企业文化理念纲要正式发布,长城人寿正谋求由内而外的自我超越,开始了新10年之际的华丽转身。此次发布的企业文化明确了长城人寿发展愿景——“让每个家庭都拥有保险”和企业使命——“有长城、更保险”,并更新了价值观、经营理念及工作准则等一整套理念体系,令人耳目一新。新的企业文化理念将助力长城人寿打造竞争软实力,有效支持新战略的落地实施,推动公司的跨越式发展。倪子 张俊 赵孟琦

打造中长期发展格局

在长城人寿的新版企业文化理念纲要中,明确企业核心价值观是“诚信、公正、专业、创新”,经营理念为“客户至上、价值优先、开放共享、跨越发展”,工作原则为“依法合规、责任担当、团队协作、竞争制胜”。对此,长城人寿企业文化工作组负责人表示:“客户至上”是企业价值观的核心,在此基础上,长城人寿旗帜鲜明地提倡竞争、进取、创造的文化导向,希望能够借此打造一支能打仗、打胜仗的长城铁军,推动公司的跨越式发展。

此次长城人寿企业文化重塑工程是其战略落地实施的重要组成部分。为了完成这一浩大的工程,公司引入企业文化专业咨询机构,成立了各级高管人员参加的专项工作组,在广泛调研、反复研讨、充分听取各层级人员意见的基础上,进行了深入分析和整理,构建出新的企业文化理念纲要体

系,最终顺利获得了公司董事会的全票通过。

下一步,长城人寿将从组织保障、氛围营造、制度落实3个方面循序渐进地推进企业文化落地。成立常设性有公司高管参加的文化建设管理机构,负责整体协调与管理;从总公司到分公司及各级机构自上而下地开展广泛深入宣导,借助内部宣传、演讲书画大赛、每月讲坛等形式,全面系统地开展文化理念培训,让其内化于心、外化于行;通过对现有制度与文化之间的一致性排查,对经营管理相关重要制度进行系统梳理,并确立企业文化监督考核评价体系,最终实现文化理念在经营管理过程中的全面、彻底固化。

业内人士认为,对于主动谋求突破与超越的长城人寿而言,企业文化体系重塑及一系列配套管理举措的落地必将极大提升该公司中长期的发展格局,成为推动其快速发展的强大动力之源。